

Indice

Introduzione	11
1. L'ampliamento del campo giornalistico di <i>Carlo Sorrentino</i>	19
1.1. Il campo giornalistico	19
1.2. Le peculiarità del giornalismo italiano	22
1.3. Autonomia ed eteronomia del campo giornalistico	25
1.4. La centralità sociale dei media	28
1.5. Le trasformazioni del campo giornalistico	32
1.6. La diversificazione giornalistica	35
1.7. Ortodossia ed eresia nell'informazione giornalistica	39
1.8. Dall'obiettività alla responsabilità riflessiva Riferimenti bibliografici	46 54
2. Le eresie dell'ampliamento nel giornalismo televisivo di <i>Laura Solito</i>	57
2.1. Immediatezza e approfondimento	57
2.2. Ri-generazioni	58
2.3. Per una tipologia dell'approfondimento televisivo	60
2.4. Le possibili declinazioni dell'approfondimento televisivo 2.4.1. I temi / 2.4.2. I giudizi / 2.4.3. La credibilità Riferimenti bibliografici	63 73
3. Dall'approfondimento all'ampliamento: il lungo percorso di riposizionamento del quotidiano italiano di <i>Benedetta Cappellini</i>	75

3.1.	Verso un modello unico?	75
3.2.	Un lungo processo di riposizionamento	77
	3.2.1. Il processo di secolarizzazione del quotidiano / 3.2.2. Il rapporto stampa-televisione	
3.3	Dall'approfondimento all'ampliamento	85
	3.3.1. La scuola di Scalfari / 3.3.2. L'esportazione del modello di "la Repubblica": il mielismo	
3.4.	Il giornalismo critico: deriva o risorsa del quotidiano?	88
	Riferimenti bibliografici	91
4.	Nuovi usi e consumi: la diffusione dei quotidiani gratuiti in Italia	93
	di <i>Silvia Pezzoli</i>	
4.1.	Un po' di storia	94
4.2.	Nuovi consumi	96
4.3.	Nuovi pubblici	97
4.4.	Nuovi usi	99
4.5.	Gli altri media	100
4.6.	Lo spazio, il tempo... e il denaro	102
4.7.	La <i>free press</i> e l'ampliamento del campo giornalistico	103
	Riferimenti bibliografici	107
5.	Territorio, comunità e giornalismo locale	109
	di <i>Enrico Bianda</i>	
5.1.	Comunità e spazio urbano	110
5.2.	La costruzione dell'agenda dei media locali	112
	5.2.1. Radicamento sociale / 5.2.2. Riconoscibilità / 5.2.3. Grado d'aggregazione / 5.2.4. Identità "flou" delle comunità / 5.2.5. Azione sociale: globale, locale / 5.2.6. Forme e luoghi del network relazionale	
5.3.	L'evoluzione arrestata del giornalismo locale	117
5.4.	L'inadeguatezza del linguaggio	119
	Riferimenti bibliografici	122
6.	Stampa periodica e stile di vita	123
	di <i>Letizia Materassi</i>	
6.1.	<i>Life-style journalism</i>	123
	6.1.1. Informazione <i>versus</i> intrattenimento? / 6.1.2. Mensili "stile di vita" / 6.1.3. Sfogliando un periodico <i>life-style</i> / 6.1.4. Maschili e femminili	

6.2.	Gli attori protagonisti del <i>life-style magazine</i>	134
	6.2.1. Il lettore multimediale / 6.2.2. Il pubblicitario: complice di uno stile / 6.2.3. Giornalisti <i>life-style</i> : i Caronte dell'informazione	
	Riferimenti bibliografici	139
7.	Un nuovo giornalismo s'intreccia nella Rete: l'informazione nell'era dei blog di <i>Antonio Sofi</i>	141
7.1.	Internet, blog e campo giornalistico	141
	7.1.1. Blog e blogosfera	
7.2.	Blog tra autonomia ed eresia	145
	7.2.1. Da <i>audience</i> a <i>network</i> / 7.2.2. <i>Passion-driven journalism</i> / 7.2.3. Criteri di notiziabilità blog / 7.2.4. Personalizzazione, fiducia, trasparenza	
7.3.	Tre ipotesi di lavoro: giornalismo diffuso, giornalismo residuale, approfondimento collaborativo	157
	7.3.1. Giornalismo diffuso: emergenza, quando il blog diventa testimonianza / 7.3.2. I blog come produttori di giornalismo residuale / 7.3.3. Approfondimento collaborativo	
7.4.	Una rimediazione giornalistica	162
	Riferimenti bibliografici e sitografia	166
8.	Tra appartenenza e distinzione: i consumi di informazione giornalistica dei giovani di <i>Alessandra Marilli</i>	169
8.1.	A proposito di consumo	170
8.2.	Una mappa dei consumi	172
8.3.	Informazione: requisiti e fisionomia di un consumo versatile	178
	8.3.1. Ampiezza dell'offerta per un consumo "prensile" / 8.3.2. Approfondimento: l'opzione ritrovata / 8.3.3. Sovraccarico simbolico / 8.3.4. Autorevolezza: pubblico disorientato o esigente? / 8.3.5. Emotività come risorsa	
8.4.	Ampliamento del campo giornalistico e ri-definizione dei consumi	181
	8.4.1. Consumo interstiziale d'informazione / 8.4.2. Consumatori pluri-mi: con-fusione dei ruoli / 8.4.3. Scetticismo e diffidenza per un consumo irrituale	
	Riferimenti bibliografici	190